

## **STRATEGI BISNIS USAHA KUE BAKPIA “HIK BAKERY” DI JALAN MARGOREJO SURABAYA**

Oleh

**Hendra Ernawan dan Eddy Poernomo**

***Prodi Administrasi, Bisnis FISIP-UPNV Jawa Timur***

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan oleh Muhammad Arif Shiddiqi selaku pemilik Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”. Strategi bisnis tersebut antara lain strategi produksi, strategi keuangan, strategi manajemen sumber daya manusia dan strategi pemasaran.

Dari hasil analisa data diketahui bahwa dalam strategi produksi tidak melakukan teknik-teknik tertentu, hanya saja dalam proses produksi sedikit berbeda. Strategi keuangan dalam hal ini modal yang digunakan untuk mendirikan usahanya berasal dari modal sendiri. Strategi manajemen sumber daya manusia yaitu Muhammad Arif Shiddiqi mempekerjakan 12 orang. Strategi pemasaran sudah dilakukan dengan cara yang formal, yaitu salah satunya melalui sosial media.

Populasi dari penelitian ini adalah pemilik Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”, karyawan yang bekerja di “Hikmah Bakery” dan konsumen yang membeli di “Hikmah Bakery”. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah informasi yang berupa narasi-narasi kualitatif yang dihasilkan dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) yang berkaitan dengan strategi Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi bisnis yang digunakan pelaku bisnis dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya yang kemudian akan diambil sebuah kesimpulan SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” berada di kuadran satu yaitu menunjukkan bahwa meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha tersebut ini masih memiliki kekuatan dari segi internal.

**Kata Kunci :** *Organisasi Bisnis, Analisis SWOT, Strategi Bisnis, Penjualan, Profit*

### **PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan.

Dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, faktor strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi – fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi di bidang manajemen sumber daya manusia, dan strategi – strategi yang berhubungan dengan keuangan. Pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial dengan nama perorangan atau kelompok memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain. Di bidang produksi mempunyai dua komponen, yang pertama adalah sarana dan prasarana kerja, kedua adalah cara pengadaan sarana dan prasarana. Di bidang manajemen sumber daya manusia yaitu fungsi untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan para karyawan handal dalam rangka menjalankan aktivitas yang diperlukan untuk memenuhi tujuan organisasi. Di dalam keuangan fungsinya adalah mengorganisasikan perolehan dana, dan sekaligus mengendalikan dana.

**Tabel 1.**  
**Penghasilan Hikmah Bakery**

TAHUN	PENGHASILAN
2011	Rp. 31.050.000,-
2012	Rp. 32.400.000,-
2013	Rp. 57.600.000,-
2014	Rp. 137.700.000,-
2015	Rp. 259.200.000,-

Sumber : Data Hikmah Bakery diolah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” yang berlokasi di Jalan Margorejo 1F No. 68 Surabaya.

### **Landasan Teori**

#### **Pengertian Strategi Bisnis**

Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.

Bisnis adalah rantai yang terhubung, kalau digambarkan, pebisnis atau wirausaha terlibat setidaknya dengan pemasok, internal perusahaan kita, pesaing, pelanggan dan pihak lain tak langsung (Istijanto (2010:p134).

### **Manajemen Strategi**

#### **Tahapan Manajemen Strategi**

Strategi yang baik dan epat memiliki proses yang lebih terperinci. Menurut David (2011:6) Proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap yaitu perumusan strategi, penerapan strategi dan penilaian tinggi. Tahapan tersebut yaitu :

### 1) Perumusan Strategi

Perumusan strategi mencakup penentuan bisnis apa yang akan dimasuki, bisnis apa yang tidak akan dijalankan, bagaimana mengalokasikan sumber daya, perlukah ekspansi atau diversifikasi operasi dilakukan

### 2) Penerapan Strategi

Pada tahap penerapan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya

### 3) Penilaian Strategi

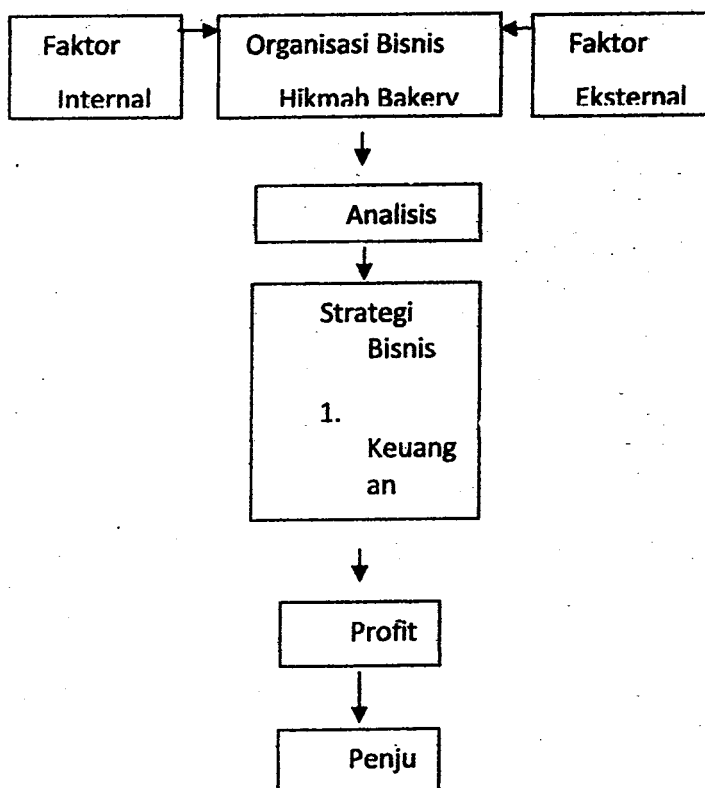
Penilaian strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategi. Manajer harus mengetahui kapan ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik, penilaian.

## Analisis SWOT

Untuk membuat suatu rencana kita harus mengevaluasi faktor ekstern maupun faktor internal. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*kelemahan*) yang terdapat pada organisasi itu. Analisis untuk mengetahui *strength*, *weaknesses*, *opportunity*, dan *treath* sering disebut analisis SWOT yang merupakan singkatan dari keempat hal tersebut.

## Kerangka Berpikir

**Gambar 1**  
**Kerangka Berpikir**



Dengan adanya latar belakang seperti itu maka dibutuhkan adanya strategi bisnis yang meliputi keuangan, sumber daya manusia, pemasaran dan produksi untuk menjalankan kegiatan bisnisnya. Dengan penerapan strategi bisnis yang tepat, maka suatu organisasi / perusahaan mampu mengembangkan usahanya dan usaha tersebut dapat terus bertahan dalam waktu yang lama. Penelitian ini lebih difokuskan pada strategi bisnis (produksi, keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan pemasaran) yang dilakukan oleh Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” untuk mencapai tujuan dan penggunaan analisis SWOT sebagai salah satu alat analisis yang dapat membantu untuk merumuskan strategi dalam mengembangkan usaha. Sehingga perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun juga dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan dan Jenis Penelitian

Untuk menjelaskan metode yang akan di terapkan berupa studi deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan realita sosial yang kompleks dengan menerapkan konsep – konsep teori yang telah ada. Realita sosial yang di pelajari dititik beratkan pada strategi bisnis usaha kecil menengah kue bakpia “Hikmah Bakery” ini yang berada di Jalan Margorejo 1F No. 68 Kota Surabaya.

Dalam penelitian ini peneliti sebagai instrument penelitian dan sebagai instrument harus mencakup segi responstif, dapat menyesuaikan diri, menekankan kebutuhan, mendasarkan diri atas pengetahuan, memproses data secepatnya dan memanfaatkan kesempatan untuk mengklarifikasi, mengikhtisarkan serta memanfaatkan kesempatan mencari respon yang tidak lazim.(Moeleong, 2002 : 121)

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan, konsumen Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” selama masa penelitian.

### Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Ukuran dan keragaman sampel menjadi penentu baik tidaknya sampel yang digunakan. Sampel yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah :

1. Konsumen
2. Karyawan
3. Pemilik

Sampel penelitian untuk konsumen pasar ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2005:78) *purposive sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan tertentu, Pertimbangan disini antara lain :

- a. Konsumen : Pria / Wanita, (usia minimal 17 tahun) karena sebagai pembeli Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”.

- b. Karyawan : Pelayan yang bertugas melayani konsumen (lama bekerja minimal 5 tahun).
- c. Pemilik : Pengelola yang bertugas secara langsung mengawasi penjualan produk Kue Bakpia “Hikmah Bakery”

### Unit Analisis Penelitian

Dalam penelitian Deskriptif peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual. Jadi maksud sampling dalam hal ini ialah untuk menjaring sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber dan bangunannya (*construction*) dengan tujuan bukanlah memusatkan diri pada adanya perbedaan-perbedaan yang nantinya akan dikembangkan atau digeneralisasikan. Maksud yang kedua dari sampling adalah menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul.

### Subyek dan Informasi Penelitian

#### 1. Subyek Penelitian

Subyek Penelitian adalah Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”.

#### 2. Informasi Penelitian

Peneliti akan mencari variasi informasi sebanyak-banyaknya dari informan dengan menggunakan Teknik sampling *indeept interview* (wawancara mendalam), yaitu orang-orang yang dianggap mengetahui, memahami permasalahan yang terjadi sesuai substansi penelitian sehingga dapat menghasilkan data berupa kata-kata dan tindakan, dan memungkinkan narasumber untuk mendefinisikan dirinya sendiri dan lingkungannya dengan menggunakan istilah mereka sendiri. Adapun informan dalam penelitian ini adalah (1) Pemilik, (2) Karyawan (Tenaga Kerja), (3) Konsumen yang telah membeli produk dari Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti pengambil data primer yang berupa wawancara mendalam (*indeept interview*) dengan responden berdasarkan pertanyaan-pertanyaan atau kuisioner yang berisi item – item pertanyaan dan data yang dikumpulkan melalui pengamatan secara langsung dan pencatatan segala yang tampak pada obyek penelitian serta wawancara secara mendalam agar menghasilkan data yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah pemilik, karyawan, dan konsumen Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara. Teknik ini digunakan karena dinilai paling sesuai dengan hal tersebut memungkinkan pihak yang diwawancarai untuk mendefinisikan dirinya sendiri mengenai fenomena yang diteliti, tidak sekedar menjawab pertanyaan.

### Teknik Analisis Data

Untuk analisis data dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan analisisnya menggunakan SWOT. Data deskriptif dihasilkan dalam wawancara mendalam (*indeept interview*) yang berkaitan

dengan strategi bisnis Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery”, dalam mengembangkan usahanya menggunakan analisis SWOT yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi. Dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Tabel 1. Matriks SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b> Menentukan 5-10 faktor Kekuatan	<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b> Menentukan 5-10 faktor Kelemahan
	Strategi SO Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang Strategi ST Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi Ancaman	Strategi WO Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang Strategi WT Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari Ancaman
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b> Menentukan 5-10 faktor Peluang		
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b> Menentukan 5-10 faktor Ancaman		

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Analisis SWOT

Tabel 2. IFAS

No	Faktor Penentu Internal	Bobot	Peringkat	Skor	Komentar
<b>A</b>	<b>Kekuatan</b>				
1	Mengutamakan kualitas bahan baku yang digunakan.	0,20	4	0,8	Kualitas bahan baku berpengaruh besar terhadap produk
2	Merek yang sudah dipatenkan.	0,15	3	0,45	Dipertahankan lagi tentang merek yang dimiliki sejak 2006
3	Menggunakan tenaga kerja yang terampil untuk memperoleh produk yang baik.	0,15	2	0,3	Dibutuhkan training agar tenaga kerja bisa bekerja secara maksimal
4	Memberikan pelayanan secara optimal terhadap konsumen.	0,05	2	0,1	Lebih ditingkatkan lagi kualitas pelayanan yang lebih baik lagi
5	Menjalin hubungan baik dengan stakeholder.	0,10	3	0,3	Menjaga loyalitas terhadap konsumen/stakeholder
	<b>Total</b>	<b>0,65</b>		<b>1,95</b>	
<b>B</b>	<b>Kelemahan</b>				
1	Lokasi yang kurang strategis.	0,10	3	0,3	Lebih memanfaatkan lagi lokasi yang strategis atau buka cabang baru

2	Sumber daya yang kurang memadai.	0,05	2	0,1	Merekrut tenaga kerja yang sesuai dengan criteria
3	Lamanya proses inovasi.	0,05	2	0,1	Semakin banyaknya pesaing dengan inovasi lain seperti varian rasa
4	Sistem keuangan masih secara manual.	0,05	2	0,1	Merencanakan dan membuat sistem keuangan yang baik
5	Pemilik kurang memperhatikan promosi.	0,10	2	0,2	Promosi yang dilakukan hanya sepanduk di depan rumah
	<b>Total</b>	<b>0,35</b>		<b>0,8</b>	
	<b>Total Skor Internal</b>	<b>1</b>		<b>2,75</b>	

Dari hasil analisis pada tabel IFAS faktor kekuatan mempunyai total nilai skornya 1,95 sedangkan kelemahan mempunyai total nilai skornya 0,8.

**Tabel 3. EFAS**

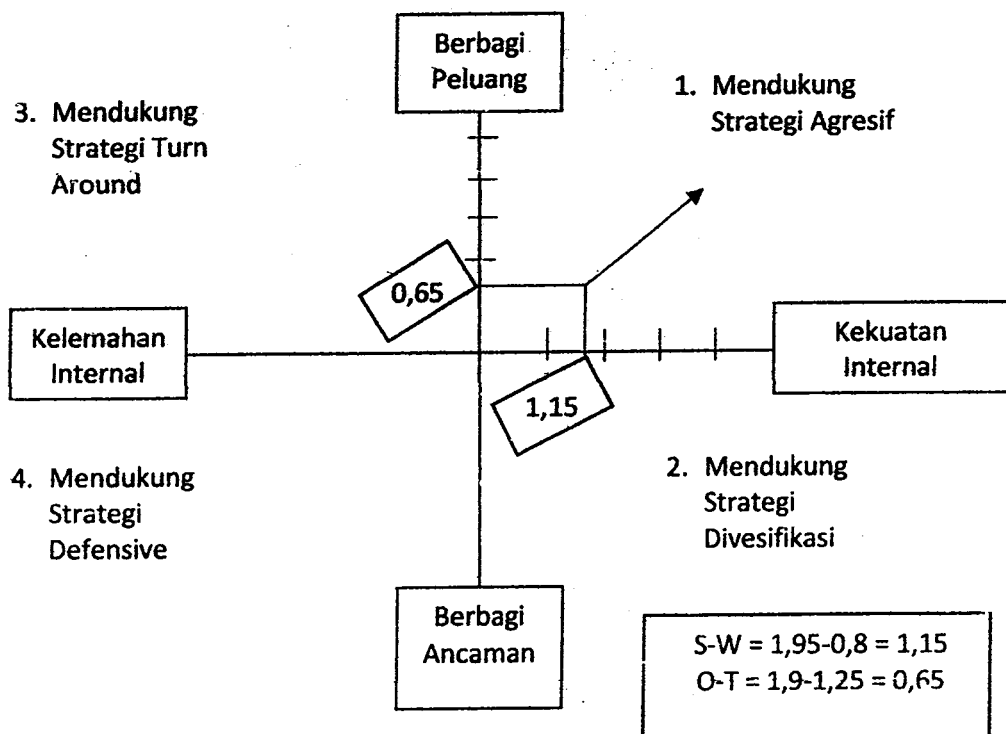
No	Faktor Penentu Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor	Komentar
<b>A</b>	<b>Peluang</b>				
1	Penambahan produk baru.	0,20	4	0,8	Mengembangkan varian rasa lain agar konsumen tidak merasakan bosan terhadap produk dengan varian rasa semacam
2	Pertumbuhan penduduk masyarakat kota Surabaya	0,15	4	0,6	Memfaatkan pertumbuhan penduduk bisa meningkatkan produktifitas dan menambah pelanggan
3	Melemahnya pesaing utama.	0,10	3	0,3	Kesempatan yang besar jika pesaing utama melemah
4	Perkembangan teknologi (pemasaran melalui internet)	0,05	2	0,1	Semakin marak berdagang lewat online
5	Perluasan daerah baru yang lebih berpotensi.	0,05	2	0,1	Tempatnya segera diperluas dan merenovasi khususnya lokasi
	<b>Total</b>	<b>0,55</b>		<b>1,9</b>	
<b>B</b>	<b>Ancaman</b>				
1	Berkurangnya daya beli masyarakat yang lebih mementingkan harga daripada kualitas produk.	0,15	4	0,6	Kualitas juga menentukan harga agar masyarakat memiliki daya tarik untuk membeli
2	Berkurangnya selera masyarakat karena banyaknya produk makanan baru.	0,10	2	0,2	Menambahkan menu lain, contoh : pie susu, muffin

3	Munculnya pesaing baru dengan usaha di bidang yang sama (Kue Bakpia).	0,05	3	0,15	Menjaga loyalitas terhadap konsumen lama dan baru
4	Harga bahan baku yang meningkat.	0,05	2	0,1	Harga produk juga disesuaikan dengan harga bahan baku
5	Semakin inovatifnya para pesaing lama dalam menghasilkan produk.	0,10	2	0,2	Mempercepat dan meningkatkan inovasi pada produk
	<b>Total</b>	<b>0,45</b>		<b>1,25</b>	
	<b>Total Skor Internal</b>	<b>1</b>		<b>3,15</b>	

Analisis pada tabel EFAS faktor peluang mempunyai total nilai skornya 1,9 sedangkan ancaman mempunyai total nilai skornya 1,25.

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci kekuatan 1,95, kelemahan 0,8, peluang 1,9 dan ancaman 1,25.

**Gambar 1. Diagram Kuadram**





Dari diagram analisis SWOT diatas dikatakan bahwa Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” berada di kuadran 1 (satu) ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

### Strategi Swot

Berdasarkan rumusan strategi matrik SWOT dan perencanaan kombinasi strategi SWOT, maka hasil dari rumusan strategi matrik SWOT yang pertama adalah SO karena mempunyai nilai paling tinggi 3,85, yang kedua adalah ST mempunyai nilai 3,2. kemudian yang ketiga adalah WO mempunyai nilai 2,7 dan yang terakhir adalah WT karena mempunyai nilai paling rendah 2,05. Berikut ini adalah strategi antara SO, ST, WO dan WT yang bisa diterapkan di Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” di Surabaya.

#### 1. Strategi SO

- Mempertahankan dan meningkatkan cita rasa kue bakpia yang khas/enak. Harapan : Semoga usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” dapat mempertahankan terus menerus sampai generasi selanjutnya terutama tentang rasa kacang hijaunya, karena sudah mempunyai khas tersendiri yang dimiliki oleh usaha kue bakpia “Hikmah Bakery”.
- Lebih memanfaatkan lagi lokasi yang strategis dengan cara memperluas lahan. Harapan : Tempat yang kurang strategis karena termasuk home industry, tetapi untuk lahan sebaiknya usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” harus lebih diperhatikan lagi, karena tempat yang kurang luas sehingga pegawai merasa kurang nyaman dengan pekerjaannya dan terasa sempit dan panas.
- Menjaga hubungan baik dengan pemasok dan konsumen. Harapan : Harus ditingkatkan lebih baik lagi hubungan baik dengan pemasok dan konsumen untuk memperlancar prosesnya usaha, sehingga usaha tersebut bisa berjalan dengan lancar sampai generasi yang selanjutnya.

#### 2. Strategi ST

- Membeli langsung bahan baku dari produsen, sehingga harga produk dapat bersaing. Harapan : Semoga bahan baku yang dibeli langsung dari produsen sudah memiliki kualitas yang terbaik, sehingga pemilik bisa mengetahui harga produk yang lebih menguntungkan untuk usahanya dan bisa dapat bersaing.
- Mempertahankan ciri khas produk yang unik dan pengembangan produk baru. Harapan : Terus mempertahankan ciri kue bakpia yaitu rasa kacang hijaunya yang khas dari usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” tersebut dan mengembangkan produk kue bakpia, supaya konsumen tidak merasa bosan untuk membelinya.
- Memiliki nama perusahaan yang cukup dikenal sehingga tidak berpengaruh banyak terhadap pesaing baru. Harapan : Harus lebih dipertahankan nama

perusahaannya, karena nama tersebut sudah legendaris / terkenal khususnya di Kota Surabaya dan sekitarnya.

### 3. Strategi WO

- Memperluas pangsa pasar di kota-kota besar Indonesia dengan memanfaatkan media promosi.

Harapan : Sebaiknya usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” mempromosikan produknya di kota-kota besar terutama di Jawa Timur, supaya produk yang dimiliki usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” lebih dikenal lagi oleh seluruh masyarakat Jawa Timur.

- Dengan ketersediaan tenaga kerja yang sudah sesuai maka dari itu lebih meningkatkan lagi pelayanan yang terbaik.

Harapan : Semoga dengan adanya tenaga kerja yang sudah menguasai tentang pelayanan yang diberikan oleh usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” tersebut lebih ditingkatkan lagi supaya konsumen merasa senang dengan pelayanan yang telah diberikan.

- Memanfaatkan pertumbuhan penduduk bisa meningkatkan produktifitas dan menambah pelanggan.

Harapan : Semoga dengan cara memanfaatkan pertumbuhan penduduk khususnya di kota Surabaya, akan dapat meningkatkan produk yang lebih banyak lagi dan bisa pelanggan semakin bertambah, supaya profit yang diinginkan bisa tercapai.

### 4. Strategi WT

- Memanfaatkan Brand Image di masyarakat.

Harapan : Dipertahankan lagi tentang Brand Image yang sudah dimiliki sejak tahun 2006, karena sudah terkenal khususnya masyarakat di kota Surabaya.

- Berusaha membuat masakan bakpia dengan sajian yang lebih modern.

Harapan : Sebaiknya usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” ini memberikan produk yang lebih modern, mengingat banyak konsumen khususnya anak muda yang lebih menyukai produk-produk yang baru, agar usaha kue bakpia tersebut lebih dikenal lagi dan dapat bersaing dengan perusahaan yang lain khususnya dibidang makanan/kue.

- Bekerjasama dengan toko lain agar memperluas pangsa pasar.

Harapan : Dari pihak / pemilik usaha kue bakpia “Hikmah Bakery” sebaiknya harus bisa bekerjasama dengan toko lain, agar lebih dikenal lagi termasuk toko atau tempat pusat oleh-oleh karena sangat berpeluang sekali untuk memperluas pangsa pasar.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa pada penelitian ini, dengan menggunakan analisis SWOT adalah :

1. Melalui analisis maka Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” memiliki kekuatan secara internal dan memanfaatkan peluang yang ada meskipun memiliki kelemahan dan ancaman dalam perusahaannya.

2. Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” ada pada posisi 1 (satu), ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang ada harus ditetapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
3. Hasil dari rumusan strategi matrik SWOT adalah cenderung ke strategi SO karena memiliki nilai yang paling tinggi. Strategi yang bisa diterapkan Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” adalah strategi SO, yaitu :
  - a. Mempertahankan dan meningkatkan cita rasa Kue Bakpia yang khas dan enak.
  - b. Lebih memanfaatkan lagi lokasi yang strategis dengan cara memperluas lahan.
  - c. Menjaga hubungan baik dengan pemasok dan konsumen.

#### Saran

1. Dari hasil analisis SWOT kelemahan yang ada pada Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” sebaiknya diminimalkan. Seperti kelemahan yang tidak mempunyai lahan yang cukup besar, hendaknya menambah fasilitas untuk para pekerja, seperti menambah lahan atau membuka cabang baru.
2. Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” hanya memiliki satu varian rasa. Hendaknya menambah varian rasa dan menu kue lain agar para konsumen tidak mengalami rasa bosan.
3. Usaha Kue Bakpia “Hikmah Bakery” masih kurang dalam melakukan promosi hendaknya perlu meningkatkan promosi seperti di media sosial yang diminati banyak orang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, 2008. *Kewirausahaan*, Bandung : Alfabeta
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*, Cetakan ketiga, Rineka Cipta, Jakarta.
- Boone E. Louis dan Kurtz, 2008. *Pengantar Bisnis Jilid Satu*, Jakarta : Airlangga
- David dan Dewanti, 2012. *Manajemen Strategi*, Bandung : Rekayasa Sains
- Gregorius, 2010. *Dasar – dasar Manajemen Penjualan Buku Dua Edisi Pertama*, Jakarta : Salemba Empat
- Husnan Suad . 2004. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Kasmir dan Jakfar, 2012. *Strategi Bisnis jilid satu*, Jakarta : Airlangga
- Keown, dll, 2009. *Dasar – dasar Manajemen Produksi Buku Dua Edisi Pertama*, Jakarta : Salemba Empat
- Ma’aruf, 2010. *Pemasaran Ritel*, Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Madura, 2009. *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Moeleong J, Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Pardede, Pearce & Robinson 2011. *Strategi Bisnis*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat

- Porter Dalam Rangkuti, 2008. *Strategi Fungsional*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Kotler, 2009. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiarto, 2009. *Definisi Rumah Makan*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2013. *Memahami penelitian kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Suryana, 2006. *Kewirausahaan*, Jakarta : Salemba Empat.
- Tripomo dan Udan, 2005. *Manajemen Strategi*, Bandung : Rekayasa Sains.